

# **Zarządzanie relacjami z klientami na przykładzie**

**Wstęp.....4**

**Cel i teza pracy..... 5**

**1. Analiza systemu zarządzania wartością dla klienta**

1.1. Istota zarządzania..... 6

1.2. Zarządzanie zmianą..... 7

1.2.1. Definicje zmiany..... 7

1.2.2. Rodzaje zmian .....8

1.2.3. Zarządzanie zmianą jako proces .....12

1.2.4. Opór na zmiany .....18

1.3 System zarządzania wartością dla klienta..... 27

1.3.1. Wartość dla klienta..... 27

1.3.2. Lojalność klienta .....29

1.3.3. Marketing partnerski..... 30

1.3.4. Obsługa klienta .....32

1.3.5. Zarządzanie wartością dla klienta i relacjami z klientem .....36

1.3.6. Logistyczna obsługa klienta .....38

1.3.7. System logistycznej obsługi klienta – cykl realizacji zamówień .....44

**2. System zarządzania relacjami z klientami**

2.1. Definicje CRM .....49

2.2. Właściwości systemu CRM .....51

2.3. Benefity dla przedsiębiorstw posiadających system CRM..... 54

2.4. Podział systemów CRM .....55

2.5. eCRM..... 56

2.6. Proces wdrożenia CRM..... 58

**3. Zarządzanie relacjami z klientami w przedsiębiorstwie Tesco**

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| 3.1. Charakterystyka firmy .....          | 61  |
| 3.2. Oferta .....                         | 63  |
| 3.3. Sprzedaż .....                       | 63  |
| 3.4. Zaopatrzenie i kontrola jakości..... | 64  |
| 3.5. Marketing firmy .....                | 66  |
| 3.6. Infrastruktura logistyczna.....      | 67  |
| 3.7. Część badawcza .....                 | 68  |
| 3.7.1. Wprowadzenie .....                 | 68  |
| 3.7.2. Przebieg procesu badawczego.....   | 70  |
| 3.7.3. Analiza wyników .....              | 71  |
| 3.7.4. Wnioski .....                      | 112 |

**Zakończenie .....**

**Bibliografia .....**

**Strony internetowe .....**

**Normy prawne .....**

**Spis rysunków .....**

**Spis tabel .....**

**Spis wykresów .....**

**Załączniki.....**

**130**